

9 ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

**Управление
целями**

**Управление
временем**

**Управление
ресурсами
(обеспечением)**

**Управление
качеством
(соответствием)**

**Управление
рисками**

**Управление
стоимостью
(бюджетом)**

**Управление
интеграцией
проекта**

**Управление
коммуникация-
ми**

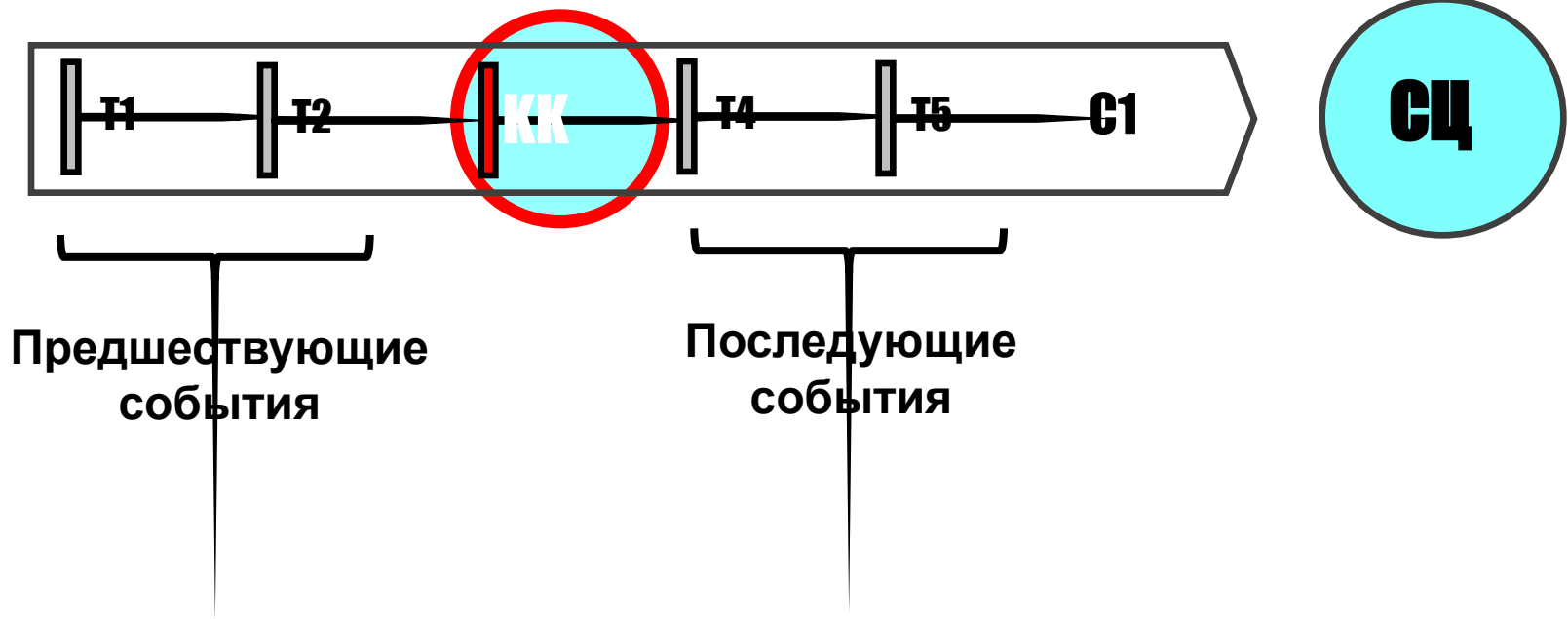
**Управление
кадрами
(людьми)**

ПЛАНИРОВАНИЕ КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ:

- 1** Анализ коммуникационной среды (PESTLE, Drivers)
- 2** Выбор и анализ ЦА (Профили клиентов, Barriers)
- 3** Согласование с маркетинговой стратегией
- 4** Система ключевых сообщений
- 5** Выбор коммуникационных каналов, инструментов
- 6** Анализ ресурсов, синхронизация графиков

3 Согласование с маркетинговой стратегией

МЕСТО КОММУНИКАЦИОННОЙ КАМПАНИИ В ОБЩЕЙ СТРАТЕГИИ:

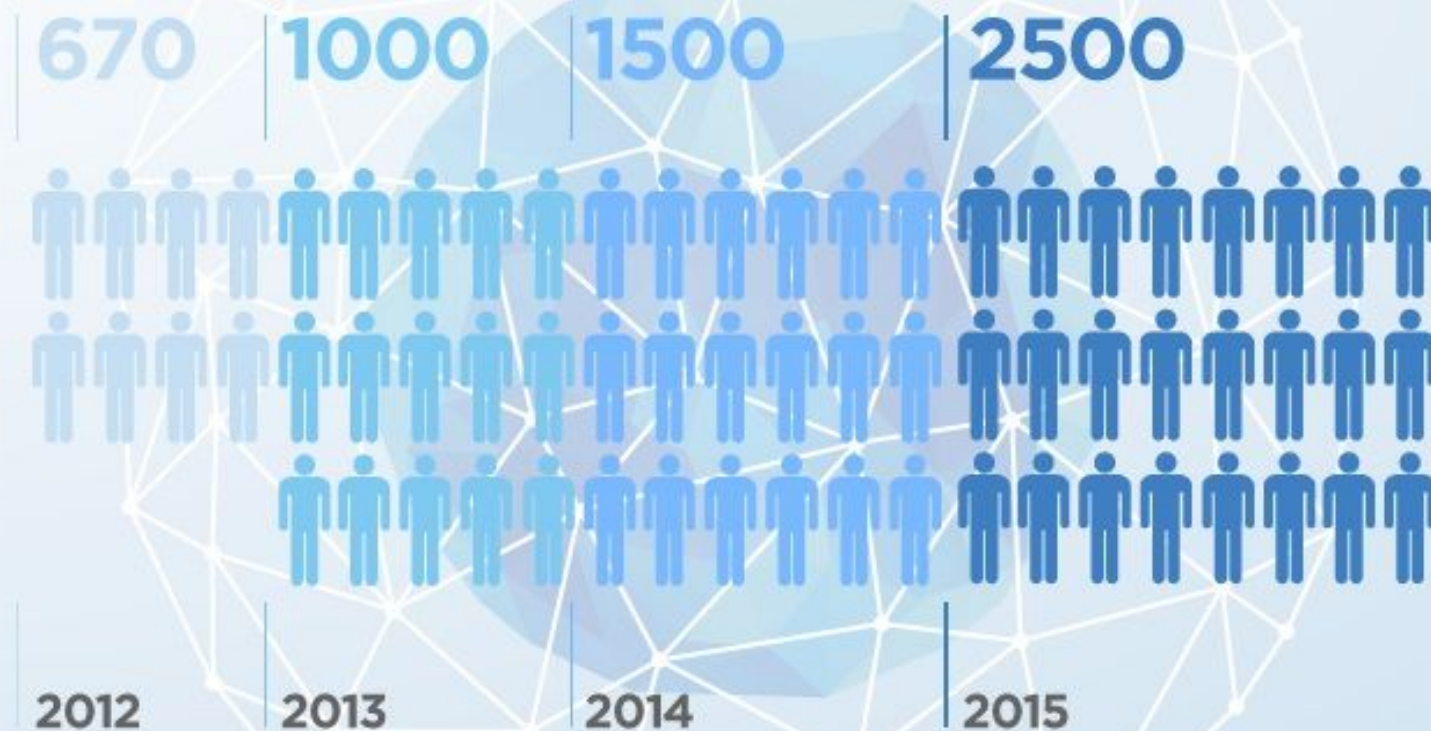


**НЕЭФФЕКТИВНОСТЬ РЯДА ВЫСТАВОК ОПРЕДЕЛЯЕТСЯ
ОТСУТСТВИЕМ ЧЁТКО ПОСТАВЛЕННЫХ ЗАДАЧ,
СОГЛАСОВАННЫХ С ОБЩЕЙ СТРАТЕГИЕЙ**

**ЗАЧАСТУЮ УЧАСТИЕ В ВЫСТАВКЕ НЕ ВЫТЕКАЕТ ИЗ
СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ И ЗАДАЧ, А ВСЕГО ЛИШЬ ИМ
НЕ ПРОТИВОРЕЧИТ**

РОЛЬ КОНФЕРЕНЦИОННЫХ ПРОГРАММ ВОЗРАСТАЕТ:

КОЛИЧЕСТВО УЧАСТНИКОВ ДЕЛОВОЙ ПРОГРАММЫ



Источник: «Санкт-Петербургский Газовый форум»

ПРИМЕР СТРАТЕГИИ:

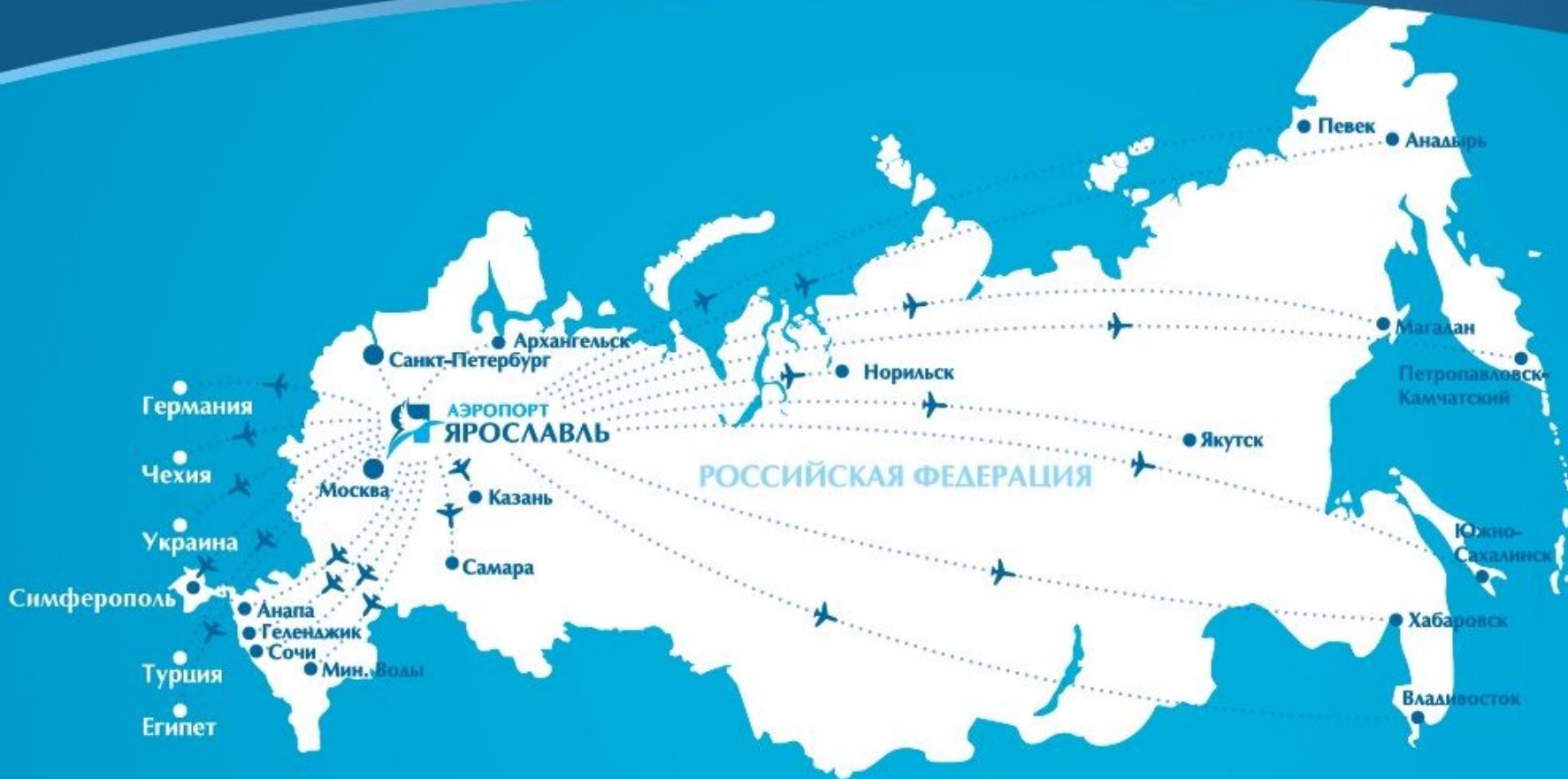
Стратегические цели развития



Превращение в крупный международный аэропорт, специализирующийся на грузовых и пассажирских перевозках

- Войти в ТОР-10 крупнейших аэропортов РФ по грузоперевозкам (до 120 тыс. тонн грузов в год к 2025 году)
- Войти в ТОР-20 крупнейших аэропортов РФ по пассажиропотоку (до 2 200 тыс. человек в год к 2025 году)

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ:



Дальние, в т.ч. международные рейсы!

ПРИМЕР ТЕМАТИЧЕСКОГО СОБЫТИЯ:



ПОСВЯЩАЕТСЯ **55-ЛЕТИЮ** ПОЛЕТУ ЮРИЯ АЛЕКСЕЕВИЧА ГАГАРИНА В КОСМОС И **80-ЛЕТИЮ** ЯРОСЛАВСКОЙ ОБЛАСТИ

Авиасалон малой и региональной авиации

РЕШЕНЫ ЛИ СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ЗАДАЧИ?

9 ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

Управление
целями

Управление
временем

Управление
ресурсами
(обеспечением)

Управление
качеством
(соответствием)

Управление
рисками

Управление
стоимостью
(бюджетом)

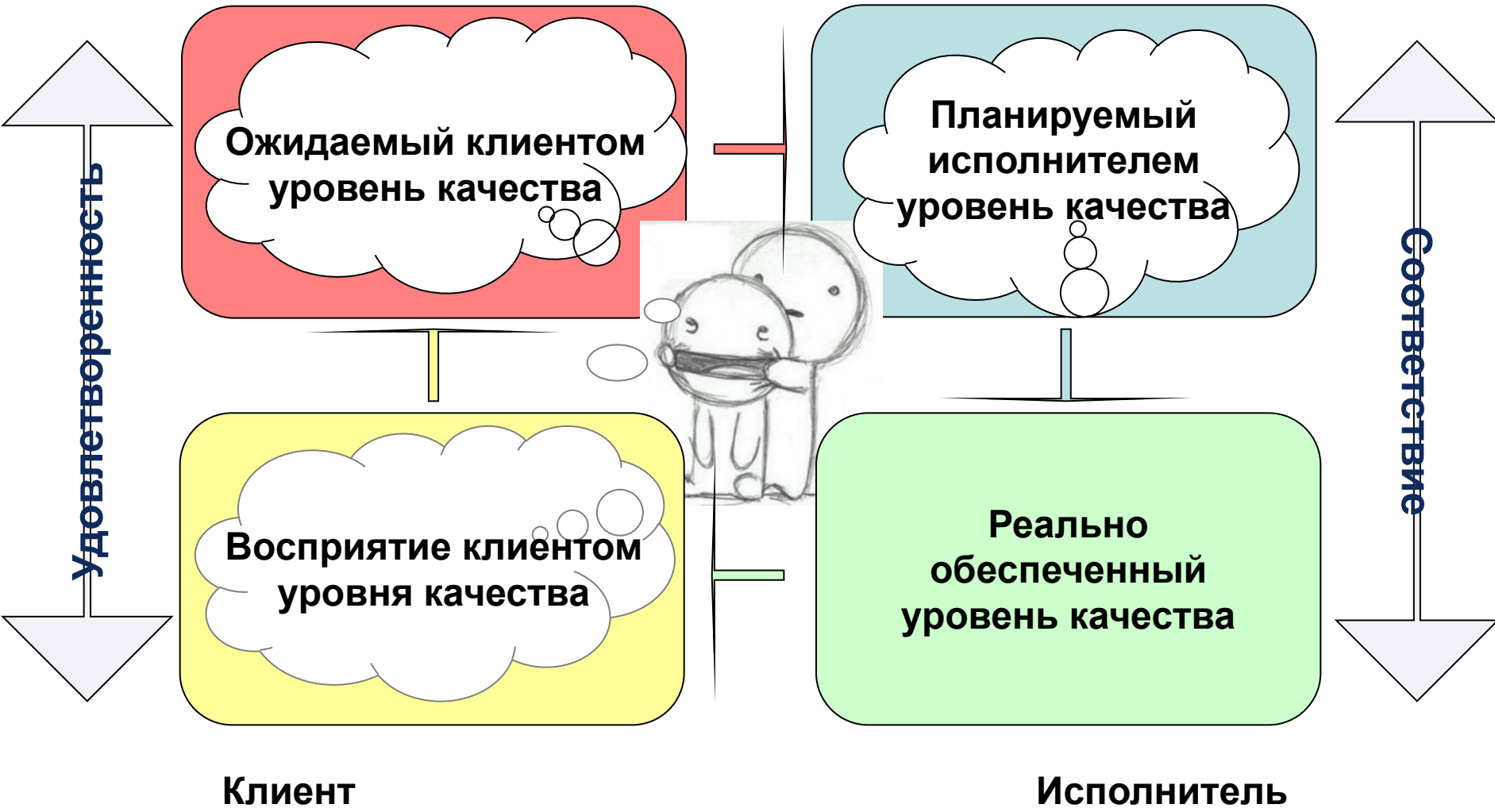
Управление
интеграцией
проекта

Управление
коммуникация-
ми

Управление
кадрами
(людьми)



Ожидания и соответствие



Шкала удовлетворенности



приверженец



верноподданный



перебежчик



террорист

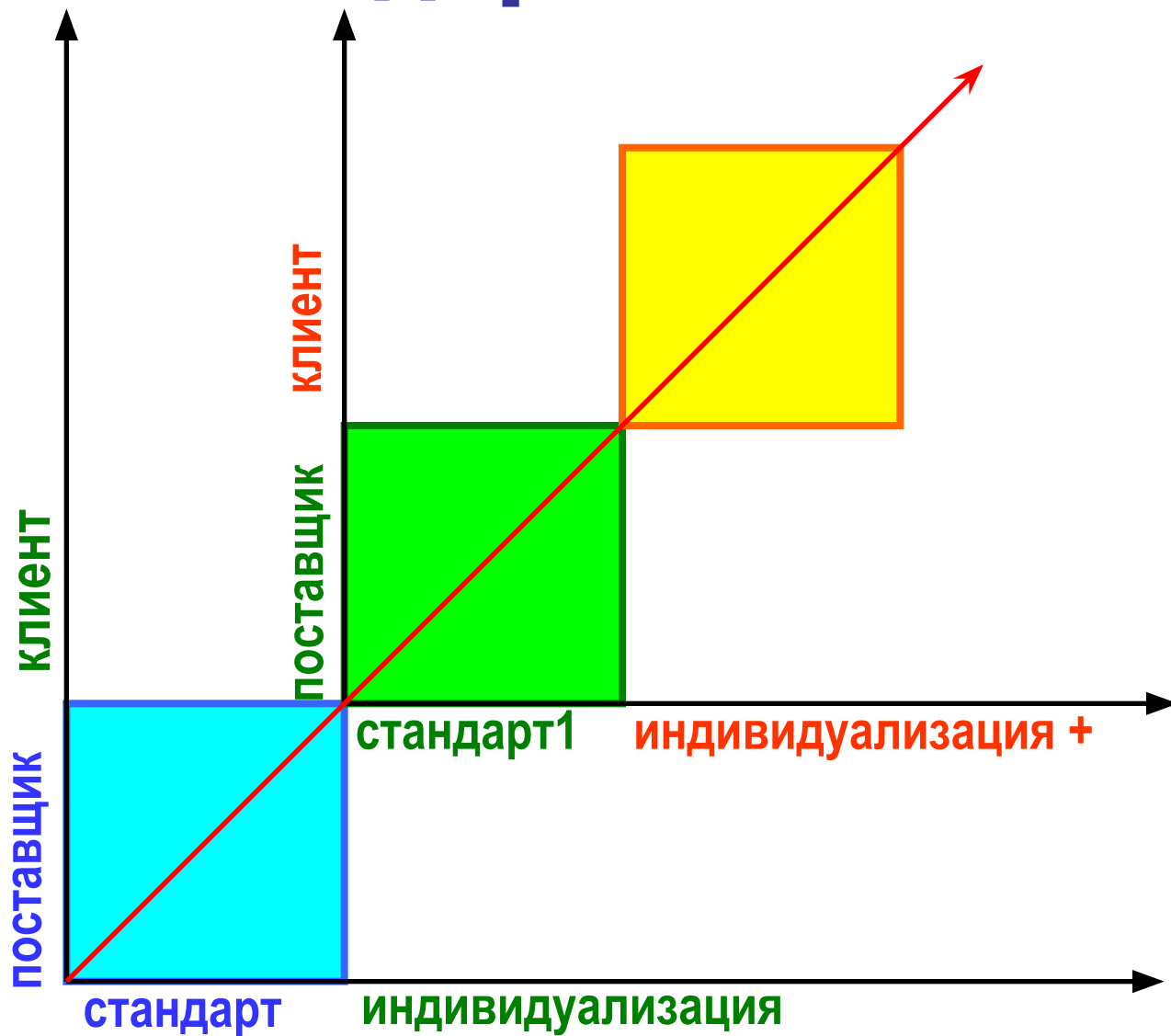


наемник



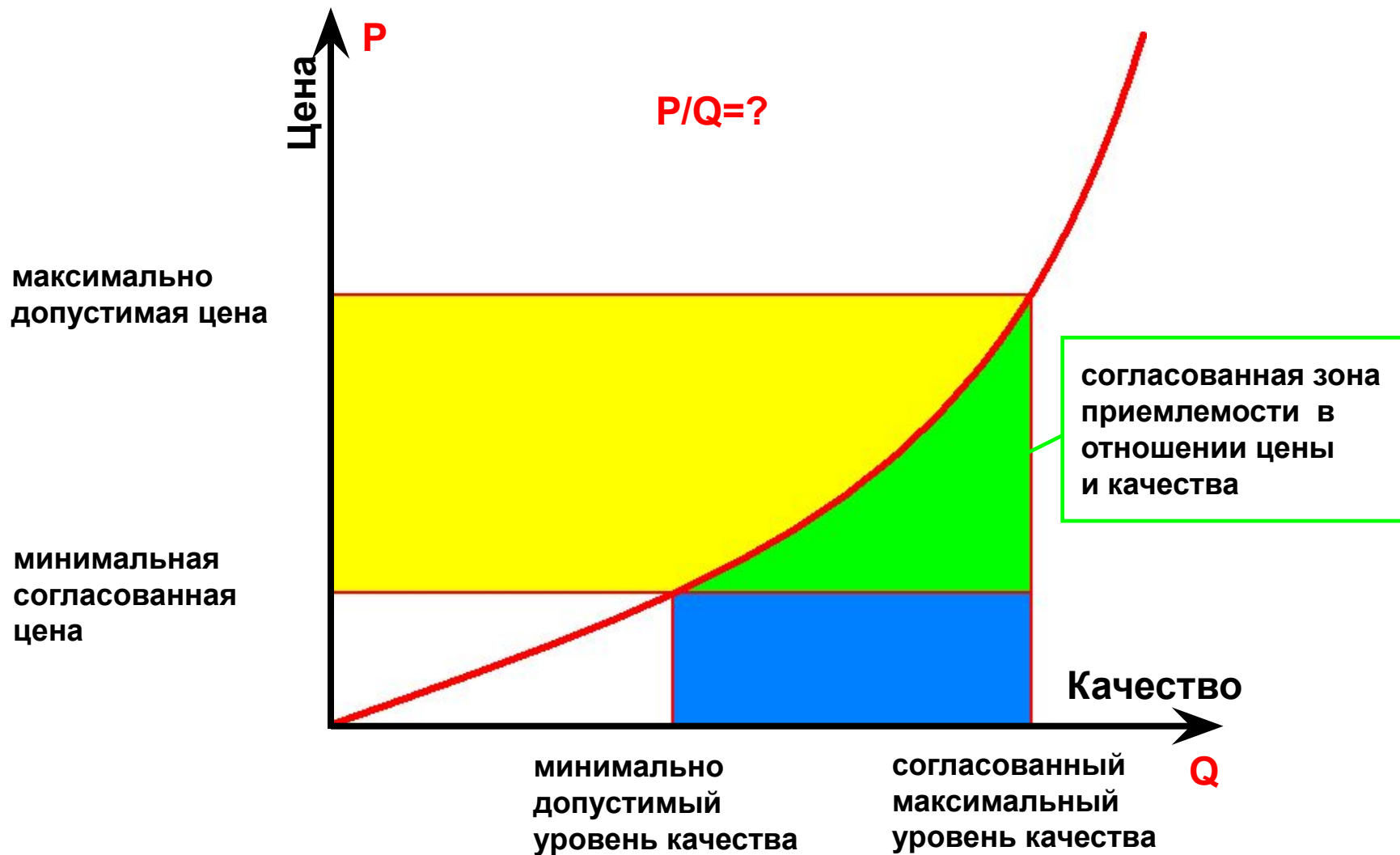
заложник

Клиентоориентированность и стандарты качества:





Согласованный уровень качества



GIGO Old Style GARBAGE

IN



GIGO

Hi-Tech

GARBAGE

IN



GARBAGE OUT

9 ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

Управление
целями

Управление
временем

Управление
ресурсами
(обеспечением)

Управление
качеством
(соответствием)

Управление
рисками

Управление
стоимостью
(бюджетом)

Управление
интеграцией
проекта

Управление
коммуникация-
ми

Управление
кадрами
(людьми)

1. Договор

Описание выполнения проекта:

2. План

3. Финансы

Календарные и ресурсные планы
Изменения:

4. Коммуник.

5. «Креатив»

Корреспонденция, протоколы
коммуникационной кампании,

6. Риски

7. Снабжение

Аутсорсинг, субподрядчики, закупки:

8. Реализация

9. Приёмка

Финальные документы, акты, отчёты:

10. Архив

9.1. Акты о приёмке

9.2. Тесты, исследования

Архивная информация:

10.1. Варианты планов, концепций

10.2. Изначальные версии контрактов

10.3. Перечень документов, перенесённых в
электронный архив

9 ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

Управление
целями

Управление
временем

Управление
ресурсами
(обеспечением)

Управление
качеством
(соответствием)

Управление
рисками

Управление
стоимостью
(бюджетом)

Управление
интеграцией
проекта

Управление
коммуникация-
ми

Управление
кадрами
(людьми)

6

... синхронизация графиков

Заказчик РА

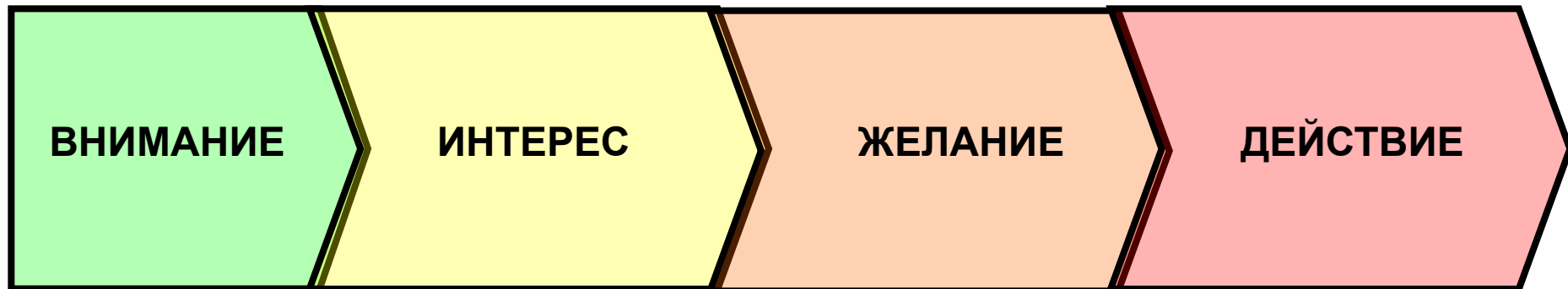
**Клиенты
Заказчика**

**Рекламное
Агентство**

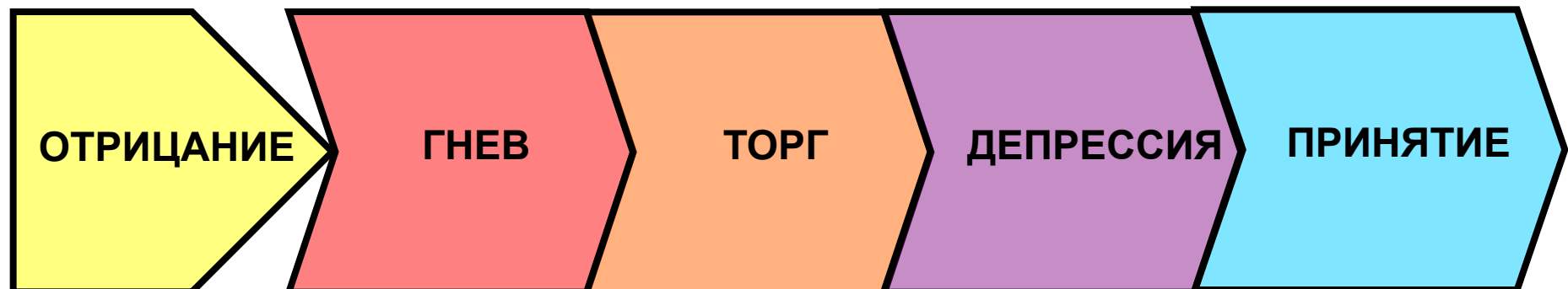
КОГДА ЛУЧШЕ ВСЕГО ПРОВОДИТЬ МЕРОПРИЯТИЕ?



AIDA – ОСОЗНАНИЕ ПОЗИТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ



DAVDA – ОСОЗНАНИЕ НЕГАТИВНОЙ ИНФОРМАЦИИ



SDDCA - ПРЕОДОЛЕНИЕ ВНУТРЕННИХ СТЕРЕОТИПОВ



9 ФУНКЦИЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЕКТОМ

Управление
целями

Управление
временем

Управление
ресурсами
(обеспечением)

Управление
качеством
(соответствием)

Управление
рисками

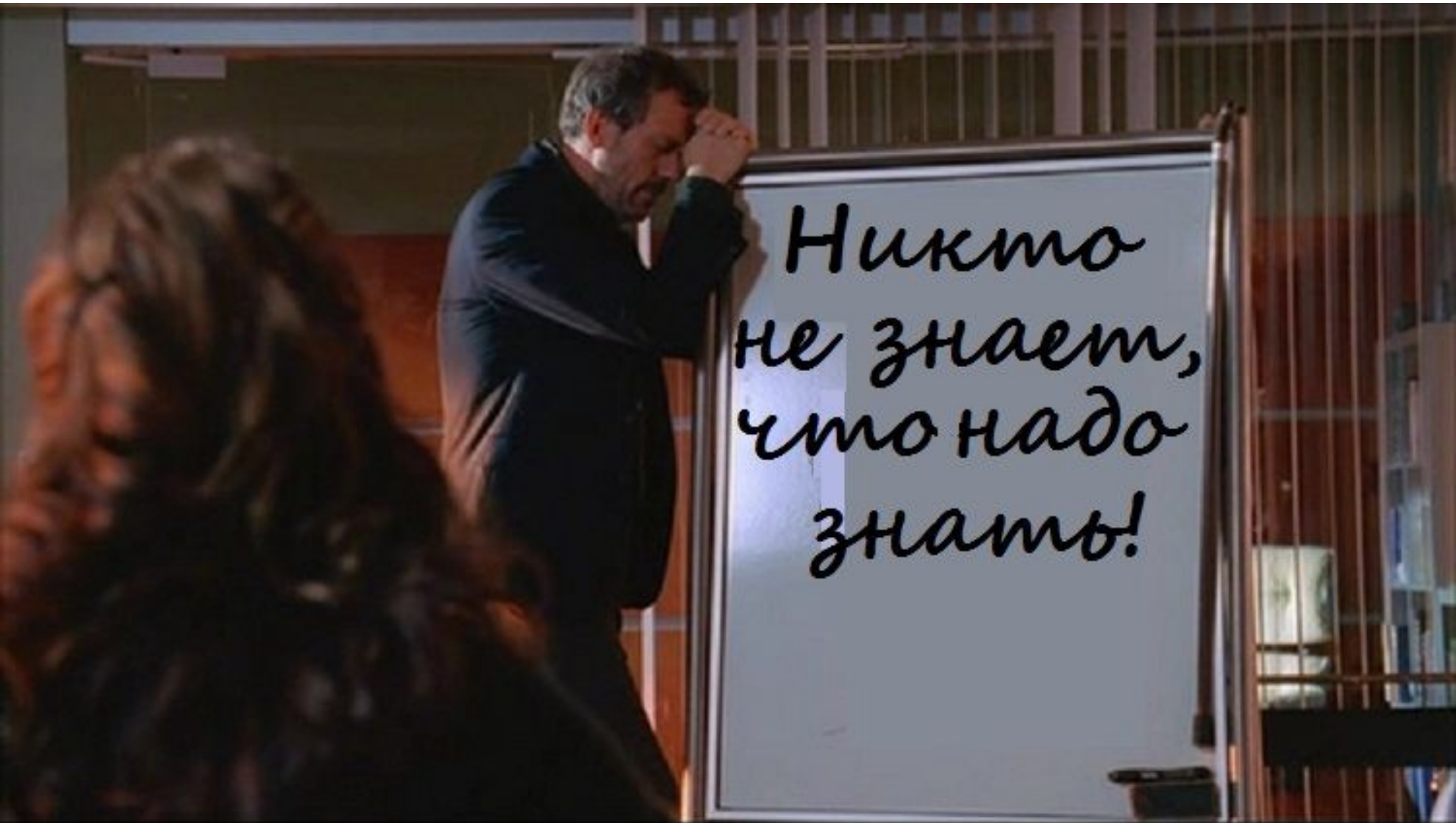
Управление
стоимостью
(бюджетом)

Управление
интеграцией
проекта

Управление
коммуникация-
ми

Управление
кадрами
(людьми)

УПРАВЛЕНИЕ ЗНАНИЯМИ



ПРЕДМЕТНАЯ ОБЛАСТЬ ПРОЕКТА

«Приложите все усилия к тому, чтобы знать всё о проекте, над которым работаете.» ©

Если, например, это заказ нефтяной компании, читайте книги по химии, геологии и переработке нефтепродуктов. Читайте все профессиональные журналы в этой отрасли. Изучайте все отчёты о маркетинговых исследованиях и планы маркетинговых мероприятий, которые когда-либо составлялись при создании данного продукта. Проводите каждое субботнее утро на автозаправочных станциях, заправляя бензином автомобиль, разговаривайте с другими водителями. Посещайте нефтеперерабатывающие заводы и исследовательские лаборатории рекламодателя». ©





"Если вы нанимаетесь в рекламное агентство сразу после окончания Гарвардской бизнес-школы, смирите свою гордыню и продолжайте учиться". ©

Agilvy

Дмитрий Иванюшин

+7 909 627 5003 m-project2007@yandex.ru www.marketologi.ru

